

Jan F. Jacko
Uniwersytet Jagielloński

Filozofia zarządzania jako nauka i praktyka. Podejście semiotyczne

Philosophy of Management as a Theory and a Practice. A Semiotic analysis

Abstract: Semiotic analyses indicate some discrepancies between “philosophy” in science and in management. Working hypotheses explain these discrepancies and their consequences for methods of managerial sciences.

Key-words: philosophy, philosophy of management, management, semiotics of management, managerial sciences.

Wprowadzenie

Analizy zawarte w niniejszej pracy pokażą, że w języku zarządzania (rozumianego, jako przedmiot nauk o zarządzaniu) termin „filozofia” może mieć inny sens niż ten, który jest przyjęty w nauce. Praca określi tę rozbieżność, wskaże niektóre jej źródła i następstwa dla metod stosowanych w naukach o zarządzaniu. Do realizacji tych zadań wykorzystane zostaną metody semiotyczne. [Bocheński 1992, ss. 41–75; Bühler 2004].

Filozofia w nauce

W niniejszej pracy filozofią w sensie ścisłym nazywać się będzie teorię „podstaw” bytu, poznania i działania odpowiadającą na pytanie dotyczące tożsamości (istoty, natury) tego, o czym mowa (pytanie „Co to jest?”) oraz „ostatecznych” racji (zasad) tego, że jest tak jak jest (pytanie „Dlaczego?” w arystotelesowskim sensie). Odpowiedź na pierwsze z nich jest realizowana głównie w definicjach rzeczowych. Zaś pytanie drugie znajduje odpowiedź m.in. w hipotezach wyjaśniających. Tak rozumiana filozofia w nauce należy do jej założeń i może być kojarzona m.in. z paradygmatami naukowymi, metafizyczną częścią programów badawczych, ontologią lub modelem przedmiotu nauki i badań. Filozofią można też nazywać metody poszukiwania odpowiedzi na powyższe pytania. Nie każda definicja rzeczowa, hipoteza wyjaśniająca lub ich metoda należy do filozofii lub nauki – ich nurty i teorie określają (będące przedmiotem sporów) rygory, jakie musi spełnić odpowiedź na powyższe pytania. [Por. m.in. Ajdukiewicz 1983, s. 105; Chmielecka 2002; Ciecierski et.al 2002; Feyerabend 1987; Jacko 2010; Kuhn 1970; Lakatos 1970; 1971; 1978;

1995; Lakatos et. al 1999; Motycka 1999; Popper 1987; 2002; Smith 2003; Walczak 2006; Watkins 1980]. Zaproponowane tu określenie filozofii obejmuje różne jej nurty, gdyż sposób odpowiedzi na wskazane wyżej pytania i ich sens zależy od ontologicznych, antropologicznych i epistemologicznych rozstrzygnięć, jakie na jej gruncie się przyjmuje.

Ścisłe rozumienie filozofii jest dobrze ugruntowane w naukach o zarządzaniu. Zostały określone i usystematyzowane niektóre filozoficzne problemy i ich rozwiązania należące m.in. do epistemologii, ontologii, modeli zarządzania i jego elementów oraz do paradygmatów i (metafizycznych) programów badawczych nauk o zarządzaniu. [Por. Bertalanffy 1968; Bocheński 1993a; Cartwright 2007; Drucker 1999; Gospodarek 2012; Kieżun 2011; Kotarbiński 1972; Roberts 1979; Sudoł 2012; Sułkowski 2005; 2011].

„Filozofia” w języku potocznym

W niniejszej części omówione zostaną przykładowe sposoby potocznego pojmowania „filozofii”, które bywają przejmowane w języku zarządzania. Gdy dalej będzie mowa o filozofii w sensie odmiennym od jej ścisłego (określonego wyżej) rozumienia, terminy „filozofia” lub „filozofowanie” będzie się oznaczać cudzysłowem.

Defekt metody, jako taktyka wizerunkowa

W języku potocznym „filozofowanie” lub „filozofia” bywa kojarzone między innymi z używaniem niezrozumiałych (mętnych, aktualnie wieloznacznych, niezgodnych z przyjętą konwencją językową) terminów lub „nadmiarowością” wypowiedzi polegającą na uduziwnionym sposobie mówienia o sprawach powszechnie i dobrze zrozumiałych. Te praktyki mogą być wynikiem braku umiejętności. Mogą też być taktyką wizerunkową używaną po to, by uchodzić za znawcę lub maskować brak umiejętności. [Por. Galarowicz 1992, s. 26].

Niezrozumiałość (zawiniona przez nadawcę komunikatu) jest defektem komunikacji. Nadmiarowość jest błędem analizy i wyjaśniania. Polega na niespełnieniu zasady ekonomii naukowej, zwanej też regułą prostoty (jej przypadkiem jest tzw. brzytwa Ockhama), która wymaga ograniczenia teorii (hipotez, wyjaśnień, analiz, wieloznaczności itp.) do minimum, które jest niezbędne i wystarczające do efektywnej i ekonomicznej realizacji założonych celów. Zasada zrozumiałości i naukowej ekonomii były opracowane w pierw na gruncie filozofii, a potem zostały przejęte przez nauki szczegółowe. Dlatego „filozofia” we wskazanym tu sensie na gruncie filozofii i nauki może pojawiać się jedynie, jako ich defekt.

Światopogląd

W języku potocznym „filozofia” (np. „filozofia życiową”) nazywa się czasem przekonania należące do czyjegoś światopoglądu. Filozofia i światopogląd pełnią podobne funkcje psychologiczne – m.in. niosą odpowiedź na pytania egzystencjalne i motywują do działania. Różnią się głównie stopniem logicznego uporządkowania i sposobem uzasadniania przekonań oraz wyrażających je twierdzeń, norm i ocen. Filozofia (w nurcie racjonalistycznym) dąży do ich spójnego logicznie uporządkowania, intersubiektywnie zrozumiałego wyrażenia.

nia i intersubiektywnie kontrolowanego oraz metodycznego (kierowanego metodą) uzasadnienia. Dlatego filozofia przyjmuje zwykle postać teorii. Zaś przekonanie należące do światopoglądu mogą, ale nie muszą tworzyć teorii, być spójne, intersubiektywnie zrozumiałe i metodycznie uzasadnione. Przekonania należące do światopoglądu mogą być porządkowane i badane na gruncie filozofii (wtedy „filozofia” prowadzi do filozofii) lub przejmowane z filozofii (wtedy filozofia prowadzi do „filozofii”).

Ideologia

Jeśli światopogląd pełni funkcję usprawiedliwiania działania i motywowania do działania, to może być nazywany „ideologią” lub potocznie – „filozofią” („działania”, „postępowania” itp.) Należą do niego przekonania i wyobrażenia (obrazy, opowieści, przypowieści) określające ideał, do którego należy dążyć oraz sposób jego realizacji. Ideologia jest zwykle propagowana przez jakąś grupę lub instytucję. Istnieją też prywatne ideologie. Między tak rozumianą ideologią a filozofią jest sporo podobieństw i związków (np. filozofia może usprawiedliwiać działanie i motywować do działania, ideologia może pełnić funkcję wyjaśniania, czerpać przekonania i ich uzasadnienie z filozofii). Różnice między nimi są podobne, jak między światopoglądem i filozofią (jeśli ideologię uznać za wyraz światopoglądu). Różnią się głównie celem – ideologia w przyjętym tu sensie służy głównie usprawiedliwianiu i motywowaniu do działania, a filozofia, choć może to robić, realizuje przede wszystkim poznawcze cele. Wskazane tu pojęcie ideologii ma charakter regulujący, bo w literaturze przedmiotu „ideologia” jest bardzo różnie określana. [Por. Mamińska-Szmaj et.al 2008] Na przykład w niektórych nurtach marksizmu, egzystencjalizmu, postmodernizmu i in. różnica między filozofią a światopoglądem lub ideologią nie jest tak wyraźna jak tu przyjęto.

„Filozofia” w języku zarządzania

Sens wyrażen w języku zarządzania zależy od tego, jak je rozumieją jego uczestnicy. Ci zaś zwykle nie są naukowcami, a nawet, jeśli są nimi, to współpracują z ludźmi, którzy naukowcami nie są. Dlatego też pojęcie filozofii w języku zarządzania nie musi, ale może nabierać potocznych znaczeń, jeśli te są bliższe użytkownikom języka niż jej ścisłe rozumienie. W niniejszej części zostaną omówione i usprawiedliwione przykłady potocznego rozumienia „filozofii” w języku zarządzania.

Nadrzędne wartości, cele, priorytety, motywy, ideały, ideologie zarządzania i kryteria ocen

„Filozofią” w zarządzaniu nazywa się czasem nadrzędne (wykraczające poza wąską perspektywę zysku i korzyści) wartości, motywy, priorytety i cele, którymi uczestnik zarządzania się kieruje lub kierować powinien, na przykład „Filozofia zarządzania: [...] Kochaj swojego sąsiada. Kochaj swój kraj. Kochaj swoją pracę” [http://www.ricoh.pl/about-ricoh/ricoh-global/management/, 12.12.2012]. W tym sensie „filozofię zarządzania” można kojarzyć ze sposobem (kryterium) wartościowania (etycznego, prakseologicznego, strategicznego i in.), które można wyrażać formułą typu „filozofia X”, która znaczy, że X jest

ważne. Na przykład „filozofia zmiany”, może znaczyć, że zmiana jest ważna, „filozofia innowacji” może znaczyć, że innowacja jest ważna itd. Przykładowo twierdzenie, że „wyznawcy metod technokratycznych zazwyczaj ignorują filozofię zarządzania, stawiającą na rozwój duchowy” [Lubelska 2013] znaczy, że dla zwolenników metod technokratycznych rozwój duchowy nie jest ważny. Tak rozumiana filozofia może być elementem ideologii, „wizji” lub „misji” organizacji, zarządzania itp.

Metody działania i ich założenia

„Filozofią zarządzania” nazywa się czasem metody działania oraz określające je reguły i systemy reguł (zasad, norm itp.), m.in. strategie, taktyki, sposoby, techniki i algorytmy działania w zarządzaniu. Na przykład strategię prowadzenia wojny lub gry na giełdzie można w tym sensie nazwać „filozofią”, taktykę doskonalenia procesów w organizacjach można nazwać „wyznawaniem filozofii ciągłego usprawniania istniejących procesów” [Kordel 2010, ss. 35–36] itp. „Filozofią zarządzania” tym znaczeniu mogą być nazywane taktyki zarządzania takie, jak m.in. lean management, outsourcing, outplacement, benchmarking, benchmarking, management by walking around, reengineering, SWOT, BATNA, kazein. W tym kontekście „filozofią” nazwać można też ogólne założenia powyższych metod działania. Założenia te mogą pochodzić z różnych źródeł. Jeśli są elementem światopoglądu lub ideologii, to określenie ich mianem „filozofii” nawiązuje do jej potocznego rozumienia. Mogą też pochodzić z teorii filozoficznych lub z filozoficznych założeń nauki. Wtedy chodzi o filozofię ścisłym sensie.

Perswazyjne, wizerunkowe i reklamowe funkcje „filozofii” w zarządzaniu

Język pełni ważne dla zarządzania perswazyjne funkcje. Na przykład może służyć motywowaniu pracowników, przekonywaniu w negocjacjach biznesowych, marketingowi, reklamie, kształtować wizerunek osób, produktów i organizacji i in. Używanie terminu „filozofia” może służyć tym funkcjom między innymi wtedy, gdy jest on nobliwy w odbiorze użytkowników języka. Nobliwe terminy kojarzą się z czymś szlachetnym, mądrym, przemyślanym, wyrafinowanym itp. Dobór nobliwej nazwy może pełnić funkcję perswazyjną, wizerunkową lub reklamową (które się w sobie częściowo zawierają). Na przykład może sugerować, że to, co nimi oznaczane jest wiarygodne lub pod jakimś innym względem wartościowe, a ten, kto ich używa – jest znawcą tematu. Nobliwymi mogą być na przykład nazwy (makaronizmy) pochodzące z języka obcego, gdy ten kojarzy się z krajami bardziej rozwiniętymi gospodarczo, naukowo lub pod jakimś innym względem cenionego przez odbiorcę komunikatu (niegdyś w Polsce były to latynizmy, italianizmy, potem – francuszczyzna, a dziś – m.in. anglojęzyczne lub japońskie wyrażenia). Podobną funkcję mogą też pełnić terminy zaczerpnięte z pozytywnie kojarzonych dziedzin, na przykład z kontekstu religii pochodzi termin „misja”, a z mistyki – „wizja”.

Jeśli termin „filozofia” jest nobliwy w danym kontekście lub środowisku, to „filozofią” można nazwać na przykład pomysły, idee, ideały, postulaty i taktyki działania, nie dlatego, że mają coś wspólnego z filozofią w ścisłym sensie tego słowa, ale po to, by nadać im większą powagę, zachęcić odbiorców do ich

rozważenia i przyjęcia. Ten klucz interpretacyjny (oparty na przypuszczeniu, że „filozofia” w języku zarządzania ma sens nobliwy oraz, że nobliwe terminy pełnią funkcję perswazyjną, reklamową i wizerunkową) może być przydatny przy wyjaśnianiu niektórych sposobów użycia terminu „filozofia” w języku zarządzania. Przykładowo, ze względów perswazyjnych, wizerunkowych lub reklamowych zmiany przymuszające pracowników do bardziej wydajnej pracy można nazwać „filozofią zwiększenia wydajności pracy”, a zamiast powiedzieć, że zarząd firmy ma zamiar korzystać z podwykonawców i tańszej siły roboczej, można mówić o „filozofii outsourcingu”. W tym przypadku kojarzy się „filozofię” z taktyką działania. Jeśli takie i temu podobne użycie terminu „filozofia” przybliży do realizacji przyjętych celów zarządzania, to jest uzasadnione tymi celami, z wyjątkiem przypadków, gdy łamie normy etyczne, na przykład wtedy, gdy służy manipulacji, poniżaniu lub, gdy jest szkodliwe społecznie.

Nie zawsze w języku zarządzania termin „filozofia” ma sens potoczny. Może on pełnić wskazane wyżej funkcje także wtedy, gdy jest kojarzony z filozofią w sensie ścisłym. Popularność tego terminu w zarządzaniu ma wiele dobrych stron, na przykład, może zachęcać uczestników zarządzania do zastanowienia się nad sensem i celami zarządzania, nad założeniami i zasadnością metod działania oraz do rozważenia szerszego kontekstu działania, który wykracza poza względy doraźne i działania operacyjne. [Por. Oleksyn 2013]¹.

Filozofia w języku nauk o zarządzaniu

Zarządzanie (jako przedmiot nauk o zarządzaniu) ma inne cele niż nauka (tylko niektóre ich cele są zbieżne), dlatego język zarządzania (będący narzędziem zarządzania) może pełnić ważne dla zarządzania (m.in. perswazyjne, wizerunkowe, reklamowe) funkcje, które w nauce nie pełnią kluczowej roli. [Por. m.in. Apanowicz 2000; Drucker 1999; Kieżun 2011; Koźmiński 2011; Mintzberg 2012; Sudol 2012; Sułkowski 2005 i in.].

Funkcja referencyjna (reprezentatywna, poznawcza, informująca) przesądza o precyzji języka, której w nauce wymaga się na przykład od opisu, analizy, sposobu określenia przedmiotu i zmiennych badań, hipotez badawczych lub wyjaśniających. Dzięki tej funkcji język może efektywnie komunikować wiedzę i być ekonomicznym narzędziem realizacji poznawczych celów nauki. Dlatego jej są podporządkowane pozostałe funkcje języka w nauce (o ile realizuje ona postulaty intersubiektywności komunikowania i uzasadniania). [Bühler 2004; Polański 1994, ss. 168–169].

W myśl (wspomnianej już) zasady naukowej ekonomii w nauce unika się niekoniecznej wieloznaczności i mętności wyrażen. Korzysta się w niej z języka potocznego, gdy ten dobrze nadaje się do realizacji swoistych dla niej celów, takich na przykład, jak określenie tożsamości przedmiotu badań, wyjaśnianie, przewidywanie i in. Jeśli jednak język potoczny nie jest dość precyzyjny lub trafen dla realizacji tych celów, to – w myśl powyższej zasady – trzeba z niego zrezygnować lub poddać go odpowiedniej „obróbce” semiotycznej polegającej na uściśleniu terminów.

¹ Dziękuję Tadeuszowi Oleksynowi za cenne uwagi dotyczące pozytywnej roli „filozofii” w zarządzaniu, które pomogły mi dokonać ważnych korekt w niniejszym tekście.

Co prawda „rozluźnienie” precyzji naukowego języka może pełnić heurystyczne funkcje (na przykład przez wykorzystanie metafor, na co zwracają uwagę między innymi przedstawiciele kognitywizmu i postmodernizmu) w nauce, ale ta możliwość dotyczy głównie kontekstu odkrycia, bo w kontekście uzasadnienia zasada naukowej ekonomii i precyzja języka nabierają większego znaczenia. „Wymieszanie” języka naukowego z językiem potocznym może też być uzasadnione pozanaukowymi celami związanymi na przykład z propagowaniem nauki. To jednak coś innego niż uprawianie nauki. Przykładowo poradniki i podręczniki zarządzania mogą, a czasem – powinny być pisane językiem potocznym po to, by dotrzeć do czytelnika i pomóc mu w opanowaniu języka, którym posługują się uczestnicy zarządzania, ale wtedy wypada informować go o rozbieżnościach zachodzących między językiem zarządzania a językiem nauki oraz precyzować pojęcia.

W naukach o zarządzaniu mamy do czynienia z jakby hermeneutycznym kręgiem polegającym na tym, że pojęcia, pomysły i rozwiązania wędrują z zarządzania do nauki i odwrotnie. To jednak nie musi prowadzić do zatarcia się istotnych różnic między tymi dziedzinami. Język zarządzania jest narzędziem zarządzania i jako taki należy do przedmiotu nauk o zarządzaniu. Mogą i powinny one badać pojęcie „filozofii” w języku zarządzania tak od strony znaczenia i funkcji tego terminu, jak od strony jego desygnatów. Nauki o zarządzaniu nie muszą przy tej okazji przejmować języka, którym posługują się uczestnicy procesu zarządzania. Gdyby było inaczej, to na przykład naukowe metody organizacji pracy Fredericka Winslawa Taylora (1911) musiałyby być przez niego określone językiem używanym przez współczesnych mu robotników (lub ich bezpośrednich zwierzchników). Mimo to, nauki o zarządzaniu czasem przejmują język zarządzania wraz z jego wieloznacznością i zdarza się, że potoczne rozumienie „filozofii” wypiera jej ścisły sens z analiz i teorii nauk o zarządzaniu.

Nie jest zgodne z zasadą naukowej ekonomii wprowadzanie do języka naukowego bardziej wieloznacznych i mylących terminów niż te, które już do niego należą. Przykładowo, jeśli terminy takie, jak „cel działania”, „strategia”, „taktyka”, „metoda działania”, „technika”, „sposób działania”, „kryteria ocen”, „motywy działania”, „światopogląd” lub „ideologia”, są określone w ramach danej nauki, to trudno wskazać podyktowaną naukowymi celami potrzebę zastępowania ich enigmatycznym i zbiorczym terminem „filozofia”.

Nie jest też zgodne z zasadą naukowej ekonomii nadawanie terminom funkcjonującym w nauce nowego znaczenia, jeśli to sprawia, że tracą one precyzję, na przykład, gdy stają się przez to bardziej wieloznaczne. Język nauki ewoluuje i terminy do niego należące mogą zmieniać swój sens, ale przez ostatnie kilka tysiącleci ściśle pojęcie filozofii zdołało się utrwalić w Zachodniej kulturze i nauce. Dlatego ono jest domyślnym sensem terminu „filozofia”, gdy ten pojawia się w kontekście nauki. Jeśli jednak dochodzi do wymieszania języka naukowego z językiem zarządzania, to termin ten może mieć prócz ścisłego, każde ze wskazanych wyżej potocznych znaczeń i wymaga dodatkowych określeń.

Zakończenie

Uwagi zawarte w niniejszej pracy nie uzasadniają potrzeby „cenzurowania” języka zarządzania lub nauk o zarządzaniu. Jak starałem się w niej pokazać, język potoczny w tych dziedzinach może pełnić ważne dla nich funkcje. Praca przypomina o różnicy zachodzącej między metodami a przedmiotem nauk o zarządzaniu w aspekcie użycia terminu „filozofia”. Jak zauważa między innymi Henry Mintzberg (2012) zarządzanie nie musi przejmować rygorów naukowości, jeśli nie służą one realizacji celów zarządzania. Podobnie nauki o zarządzaniu nie muszą korzystać z języka zarządzania, jeśli to nie służy (ekonomicznej) realizacji stojących przed nimi celów.

Bibliografia:

- Ajdukiewicz K. (1983), *Zagadnienia i kierunki filozofii. Teoria poznania. Metafizyka*, Warszawa, Czytelnik.
- Apanowicz J. (2000), *Metodologiczne elementy procesu poznania naukowego w teorii organizacji i zarządzania*, Gdynia, WSA i B.
- Bertalanffy L. von (1968), *General System Theory. Foundations, Development, Applications*, New York: Braziller.
- Bocheński J.M. (1992), *Współczesne metody myślenia*, tłum. Judycki S., Poznań, Wydawnictwo „W drodze”.
- Bocheński J.M. (1993), *Logika i filozofia. Wybór pism*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bocheński J.M. (1993a), *Przyczynek do filozofii przedsiębiorstwa przemysłowego*, [w:] Bocheński J.M. (1993), *Logika i filozofia. Wybór pism*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, ss. 160–186.
- Bühler K. (2004), *Teoria języka*, tłum. Koźbial J., Kraków: Universitas.
- Cartwright N. (2007), *Hunting Causes. Approaches to Philosophy of Economics*. Cambridge, University Press.
- Chmielecka E. (2002), *Dwa przełomy. Zadania filozofii nauki w ujęciu wybranych stanowisk*, Warszawa, Szkoła Główna Handlowa.
- Ciecierski T., Nijakowski L.M., J. Szymanik (2002), *Filozofia wobec nauk szczegółowych*, Warszawa, KF przy MISH Uniwersytetu Warszawskiego.
- Drucker P.F. (1999), *Management Challenges for the 21st Century*, New York: HarperBusiness (*Zarządzanie w XXI wieku*, Warszawa, Muza, 2000).
- Feyerabend P.K. (1987), *Against Metod*. London-New York, Verso/NLB Ltd. (*Przeciw metodzie*, Wrocław, Siedmiorog, 2001).
- Galarowicz J. (1992), *Na ścieżkach prawdy. Wprowadzenie do filozofii*. Kraków, Wydawnictwo Naukowe PAT w Krakowie.
- Gospodarek T. (2012), *Aspekty złożoności i filozofii nauk o zarządzaniu*, Wałbrzych, Wydawnictwo WWSZiP.
- Heller M., Michalik A., Życiński J. (1987) *Filozofować w kontekście nauki*, Kraków, Polskie Towarzystwo Teologiczne.

Jacko J.F. (2010), *Ontologia sytuacji komunikacyjnej w empirycznych naukach humanistycznych*, [w:] Sawicka G. (red.) *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry*, Bydgoszcz, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, ss. 125–133.

Kieżun W. (red.) (2011), *Krytycznie i twórczo o zarządzaniu: wybrane zagadnienia*, Warszawa, Oficyna Wolters Kluwer Business.

Kordel P. et. al. (2010), *Inteligentne organizacje – zarządzanie wiedzą i kompetencjami pracowników*, Warszawa, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

Kotarbiński T. (1972), *Abecadło praktyczności*, Warszawa, Wiedza Powszechna.

Koźmiński A.K. (2011), *Tożsamość nauk o zarządzaniu*, [w:] Kieżun W. (red.), *Krytycznie i twórczo o zarządzaniu: wybrane zagadnienia*, Warszawa, Oficyna Wolters Kluwer Business, ss.123–130.

Kuhn T. S., (1970) *The Structure of Scientific Revolutions*. 2nd ed. Chicago-London, The University Of Chicago Press (*Struktura rewolucji naukowych*, Warszawa, Aletheia, 2001)

Lakatos I. (1970), *Criticism and the Growth of Knowledge*. Cambridge, Cambridge University Press.

Lakatos I. (1971), *History of science and its rational reconstructions*, "Boston Studies in the Philosophy of Science" 8, ss. 91–135.

Lakatos I. (1978), *The Methodology of Scientific Research Programmes*, "Philosophical Papers", vol. I, Worall J., Curie G. (red.), Cambridge-London-New York-Melbourne: Cambridge University Press.

Lakatos I. (1995), *Pisma z filozofii nauk empirycznych*, tłum. Sady W., Warszawa, PWN.

Lakatos I, Feyerabend P., Motterlini M. (1999), *For and Against Method: Including Lakatos's Lectures on Scientific Method*, Chicago, The University of Chicago Press, 1999.

Mamińska-Szmaj I., Piekot T., Poprawa M., (red.) (2008), *Ideologie w słowach i obrazach*, Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

Mintzberg H. (2012), *Zarządzanie*, przeł. Mitoraj R., Warszawa, Wolters Kluwer.

Motycka A. (red.) (1999), *Wiedza a założeniowość*, Warszawa, Wydawnictwo IFiS PAN.

Oleksyn T. (red.) (2013), *Filozofia a zarządzanie*, Warszawa, Oficyna Wolters Kluwer business.

Polański K. (red.) (1994), *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, Wrocław, Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

Popper K.R. (1987), *Hegel i nowy trybalizm*, przeł. Sokołowski L. M., [w:] Heller M., Michalik A., Życiński J. (1987) *Filozofować w kontekście nauki*, Kraków, Polskie Towarzystwo Teologiczne, ss. 19–33.

Popper K.R. (2002), *Logika odkrycia naukowego*, przeł. Niklas U., Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.

Roberts F.S. (1979), *Measurement Theory: with Applications to decision Making, Utility, and the Social Sciences*, London, Addison Wesley Publ. Comp.

Smith B. (2003), *Ontology*, [w:] Floridi L. (red.), *Blackwell Guide to the Philosophy of Computing and Information*, Oxford, Blackwell, ss. 155–166.

Sudoł S. (2012), *Nauki o zarządzaniu: podstawowe problemy, kontrowersje i propozycje*, Warszawa, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne.

Sułkowski Ł. (2005), *Epistemologia w naukach o zarządzaniu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Sułkowski Ł. (2011), *O potrzebie rozwoju epistemologii zarządzania*, [w:] Kieżun W. (red.) (2011), *Krytycznie i twórczo o zarządzaniu: wybrane zagadnienia*, Warszawa, Oficyna Wolters Kluwer Business, ss. 137–147.

Taylor F.W. (1911), *The Principles of Scientific Management*, New York, London. Harper & Brothers.

Walczak M. (2006), *Racjonalność nauki*, Lublin, Towarzystwo Naukowe KUL.

Watkins J. (1980), *The Methodology of Scientific Research Programmes: Volume 1: Philosophical Papers*. Cambridge, Cambridge University Press.

Bibliografia elektroniczna:

Lubelska K. (2013), *Nowa filozofia zarządzania ludźmi. Człowiek nie cytryna, Polityka.pl. Psychologia*.
<http://www.polityka.pl/psychologia/poradnikpsychologiczny/1503492,1,nowa-filozofia-zarzadzania-ludzmi.read> [1.02.2013].